



Inspiring your talent
Authentic post-graduate experience

MASTER UNIVERSITARIO IN MARKETING & SERVICE MANAGEMENT

**Presenta la domanda e partecipa alle selezioni della XVII edizione del Master
(a.a. 2019-20)**

Il bando ed il modulo per la partecipazione alle selezioni sono scaricabili dall'area download del sito del Master
(http://www.mastersm.unina.it/Marketing_service_01_Bando_19-20.pdf).

DATE PRINCIPALI DEL MASTER PREVISTE PER LA XVII EDIZIONE (ANNO ACC. 2019-20)

29 Luglio 2019
PUBBLICAZIONE BANDO

7 Novembre 2019
SELEZIONI

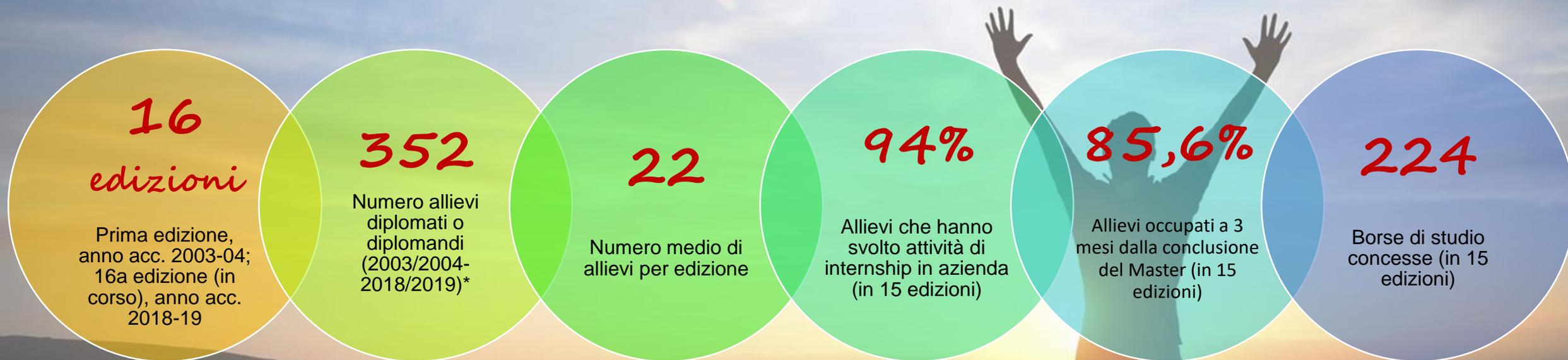
Novembre 2019
INIZIO ATTIVITÀ DI AULA

Giugno 2020
FINE ATTIVITÀ DI AULA

Luglio 2020
INIZIO ATTIVITÀ DI INTERNSHIP



KEY PERFORMANCE INDICES



* L'edizione 2018-19 è tuttora in corso

DATE PRINCIPALI DEL MASTER PREVISTE PER LA XVII EDIZIONE (ANNO ACC. 2019-20)

29 Luglio 2019
PUBBLICAZIONE BANDO

7 Novembre 2019
SELEZIONI

Novembre 2019
INIZIO ATTIVITÀ DI AULA

Giugno 2020
FINE ATTIVITÀ DI AULA

Luglio 2020
INIZIO ATTIVITÀ DI INTERNSHIP



**LAUREATI DEL
NUOVO
ORDINAMENTO
(magistrali)**

**LAUREATI DEL
NUOVO
ORDINAMENTO
(triennali)**

Ex Facoltà di riferimento*

Agraria; Architettura; Beni culturali; Economia; Filosofia; Giurisprudenza; Ingegneria; Lettere; Lingue e letterature straniere; Scienze bancarie, finanziarie ed assicurative; Scienze Biologiche e Biotecnologie; Scienze del Turismo e della pianificazione territoriale; Scienze della comunicazione; Scienze e Tecnologie Farmaceutiche, Informatiche e Ambientali; Scienze Matematiche Fisiche e Naturali; Scienze Politiche; Scienze statistiche e attuariali; Sociologia e Psicologia.

Per le lauree specialistiche (LS) e magistrali (LM) farà fede la classe di laurea triennale di appartenenza. In questi casi la laurea magistrale (LM) o specialistica (LS) costituirà oggetto di valutazione integrativa nelle voci "altri titoli" per l'accesso al Master.

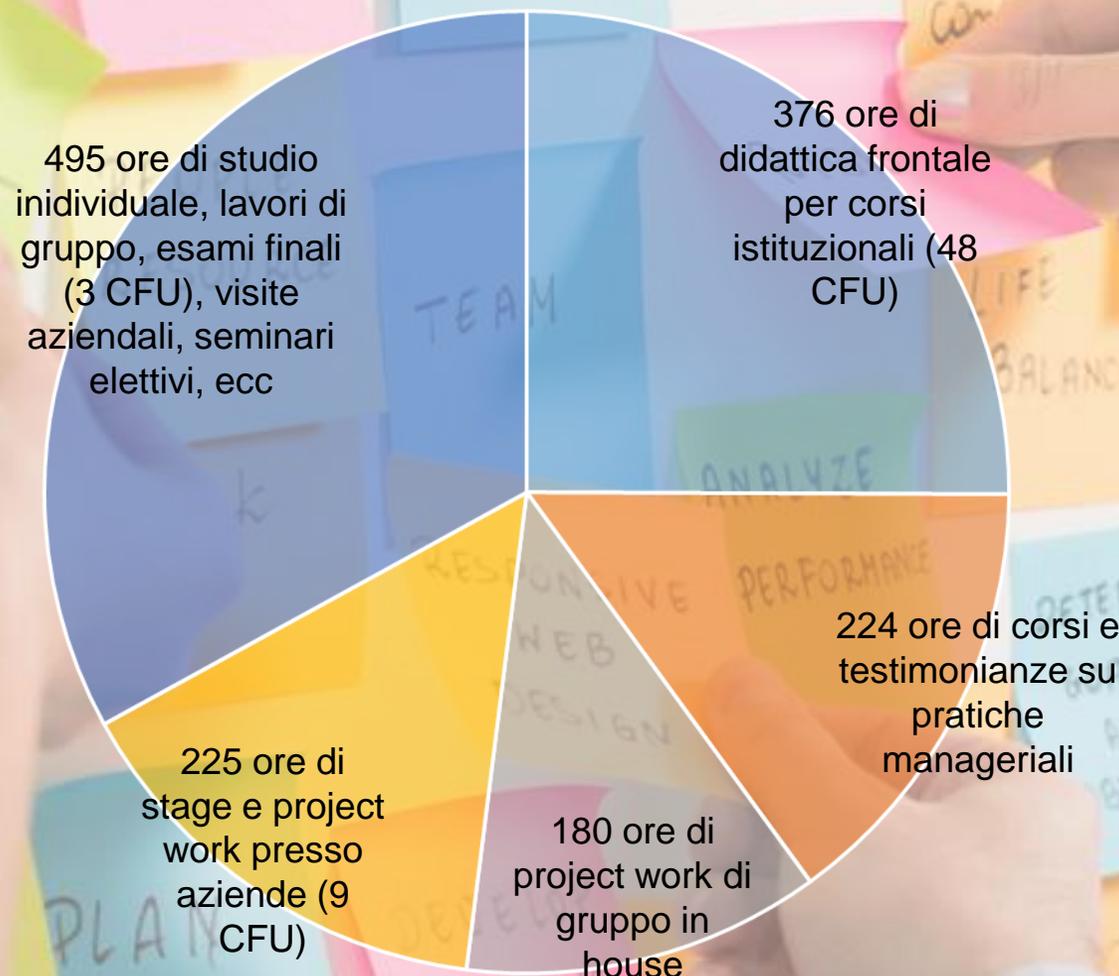
*Per il dettaglio delle classi di laurea ammesse alle selezioni si rimanda al Regolamento del Master consultabile sul sito www.mastersm.unina.it.



L'ARTICOLAZIONE DIDATTICA E I MODULI FORMATIVI

1.500 ore/**60** CFU

In 6 mesi di aula e almeno 3 mesi di internship in azienda





CONTENUTI DEI MODULI FORMATIVI:

376 ore di didattica frontale su corsi istituzionali

224 ore di corsi e testimonianze su pratiche manageriali

General Management - Business Administration

Value Based Management & Decision Making Model, Contabilità direzionale, Metriche di marketing, Gestione dell'innovazione in contesti networked, Organizzazione aziendale

Customer Knowledge Management

Metodologie di analisi di mercato multivariate - 1° e 2°, Analisi del Business e della Concorrenza, Customer & People insight Innovation,

Marketing Management

Marketing Analitico e Strategico, Product and Brand Management, International Marketing, Business To Business Marketing, Trade Shows and Exhibition, Brand Communication, Fandom e Fanatismo

Entrepreneurship Marketing

Business Idea Generation, Seed Capital and Financial Landing, Corporate Disruption

Digital Marketing

Digital Business Model Transformation, SEO & SEM, Branding in Digital Age

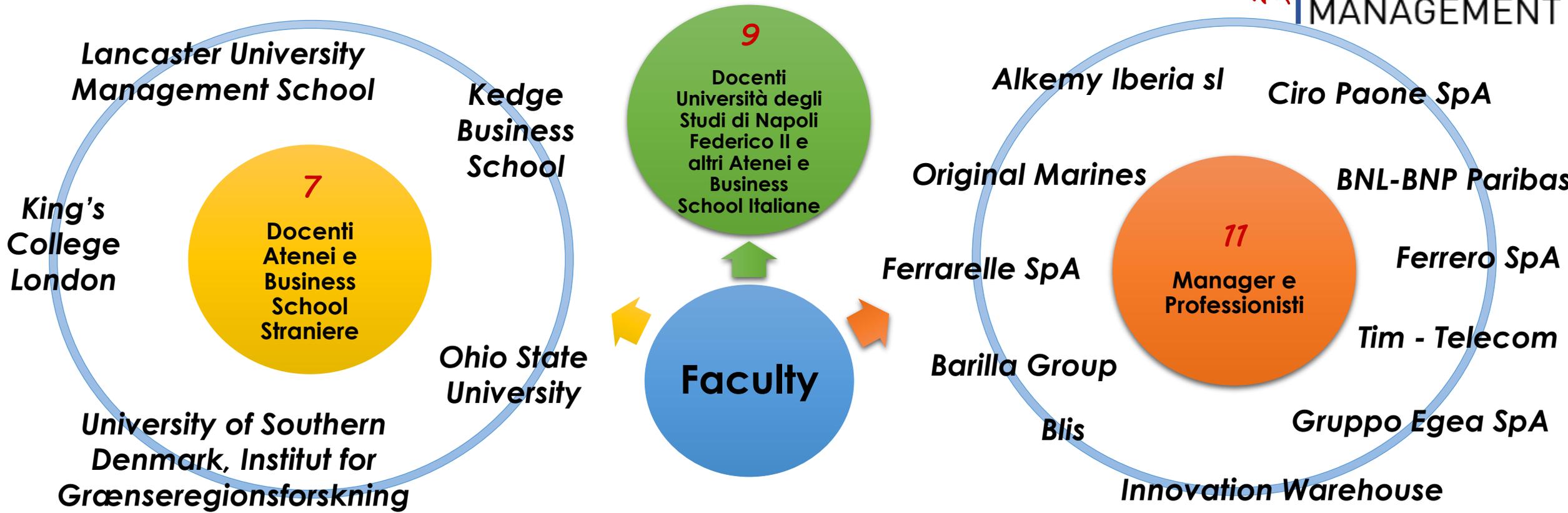
Retailing, Service, Entertainment Management

BTB Marketing, Customer Experience Marketing, Sport Management, International Retailing, Omnichannel Management, E-commerce



FACULTY*

* Anno accademico 2018-19



CONSIGLIO SCIENTIFICO

Prof. LUIGI CANTONE (Coordinatore Scientifico)
 Prof. NICHOLAS ALEXANDER (Lancaster Business School)
 Prof. BERNARD COVA' (Kedge Business School, Marsiglia)
 Prof. JAY KANDAMPULLY (Ohio State University) (dall'edizione 2020/21)

Prof. CARLO NATALE LAURO (Emeritus)
 Prof. LUCIO POTITO (Emeritus)
 Prof. LUCIO SICCA (Emeritus)
 Prof.sa ADELE CALDARELLI

Prof. GIANLUIGI MANGIA
 Prof. LUIGI MARIA SICCA
 Dott. PAOLO CALVOSA
 Dott. PIERPAOLO TESTA

AZIENDE «Amiche del Master» E AZIENDE PARTNER COINVOLTE NEL PROGRAMMA FORMATIVO E NEL PLACEMENT DEGLI ALLIEVI

Le Aziende «Amiche del Master», sostenitrici con contributi finanziari e alcune **aziende partner** coinvolte nel processo formativo (**internship, project work, testimonianze**)



CONTRIBUTO DI ISCRIZIONE E BORSE DI STUDIO

L'alta formazione post-laurea non può essere preclusa alle persone meritevoli per ragioni di natura esclusivamente economica. Per questo motivo, si è ritenuto opportuno limitare il contributo di iscrizione al Master a soli 3.000 euro anche per l'anno accademico 2019-20, nonostante il costo complessivo per allievo sia pari a circa 7.000 euro. La differenza è coperta da contributi finanziari di aziende «**Amiche del Master**». Inoltre, per gli allievi particolarmente meritevoli, qualora si creassero le condizioni di budget, potrebbero essere erogate **borse di studio** da parte di enti e aziende partner.

Contributo di iscrizione 3.000 euro

CONTATTI



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI
NAPOLI FEDERICO II

Inspiring your talent
Authentic post-graduate experience

2019/2020
XVII Edizione

MASTER UNIVERSITARIO IN
MARKETING
& SERVICE
MANAGEMENT

LABORATORIO DI MARKETING (PIANO 0, STANZA 1), DIPARTIMENTO ECONOMIA, MANAGEMENT, ISTITUZIONI

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II, COMPLESSO UNIVERSITARIO MONTE SANT'ANGELO

VIA CINTIA – FUORIGROTTA - NAPOLI

Tel./Fax: 081- 679705/675062, E-mail: infomsm@unina.it, Website: www.mastersm.unina.it,
facebook.com/mastersm.unina , twitter.com/master_unina